

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Agrowisata Kampung Coklat Jalan Banteng Blorok nomor 18 Desa Plosorejo Kademangan Kabupaten Blitar Jawa Timur. Lokasi dipilih secara sengaja karena melihat bahwa Agrowisata Kampung Coklat merupakan agrowisata di Kabupaten Blitar yang cukup banyak diminati wisatawan jika berkunjung ke Kabupaten Blitar.

#### **1.2 Metode Pengambilan Sampel dan Pengumpulan Data**

##### **3.2.1 Metode Pengambilan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut Burhan (2001 :101) Populasi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “*population*” yang berarti jumlah penduduk. Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian, dalam penelitian ini yang akan dijadikan populasi yaitu wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Kampung Coklat dengan usia 15 – 60 tahun.

##### **2. Sample**

Arikunto (2004:117) mengatakan bahwa : “Sampel adalah bagian dari populasi.” Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti dan untuk menentukan jumlah sampelnya

menurut Rianse dan Abdi (2008) dalam Ahmad Bagus Sudrajat dan Dwi Retno Andriani (2015) dapat ditentukan berdasarkan waktu. Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan dan dilaksanakan pada hari yang jumlah pengunjungnya lebih banyak dari biasanya yaitu pada hari jumat, sabtu, dan minggu pada tanggal 17 Agustus 2018 – 17 September 2018. Penelitian ini dilakukan dengan *accidental sampling* yaitu dilakukan kepada responden secara acak dan kebetulan ketika sedang berada di Agrowisata Kampung Coklat asalkan responden memenuhi syarat sebagai sample. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 Responden. Sample diambil secara acak dan apabila rombongan , akan dipilih hanya satu responden untuk mewakili.

### **3.2.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari hasil pengisian angket yang diedarkan kepada responden mengenai informasi tentang daya tarik wisatawan dan daya dorong wisatawan yang menjadi keputusan wisatawan berkunjung ke Agrowisata Kampung Coklat serta profil Kampung Coklat, untuk mendapatkan data-data yang diperlukan, penulis memperoleh data dari dua sumber data :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh sendiri secara langsung oleh peneliti dan peneliti menjadi tangan pertama dari sumber atau belum melalui pengambilan data dari pihak lain. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuisioner yang ditujukan kepada wisatawan. Seperti yang dikemukakan oleh Uma Sekaran (2011), data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel

minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah wisatawan, pemilik agrowisata dan internet dengan penyebaran kuisioner melalui internet .

2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Sugiono (2008:402) mengungkapkan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan faktor faktor keputusan wisatawan.

### **3.3 Metode Analisis Data**

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang dilakukan, maka data yang diperoleh dari hasil penelitian akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan dua metode analisis, yaitu analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif . Hidayat (2010) mengatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang seluas-luasnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu.

**Analisis deskriptif kualitatif** merupakan prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kalimat tertulis serta lisan dari para pelaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai kondisi Agrowisata Kampung Coklat dan faktor keputusan wisatawan yang mendasari wisatawan berkunjung pada Agrowisata Kampung Coklat Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar, memberikan gambaran dan memaparkan tentang

variabel daya dorong wisatawan berupa *escape, rilexation, srengthening family bonds* dan *knowledge*. Variabel daya tarik wisatawan berupa aksesibilitas, atraksi, jasa/servis dan faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Agrowisata Kampung Coklat Kabupaten Blitar, serta memberikan gambaran mengenai kondisi yang ada di Agrowisata Kampung Coklat Kabupaten Blitar.

Peneltian ini juga menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012:8) Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif, merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan untuk menjawab dari perumusan masalah dalam penelitian ini.

### **3.3.1 Metode Penskalaan**

Penelitian ini menggunakan skala *likert*, Sugiyono (2017 : 93) Skala *likert*, skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap serta pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala *likert* menganalisis data yang berbentuk angka-angka kemudian dikumpulkan sehingga mendapat suatu kesimpulan dari permasalahan yang dihadapi. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif. Data tersebut diubah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan skala *likert* .

Menurut Azwar (2002 : 139) metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya dengan menggunakan respon yang dikategori jawaban yaitu :

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

Tidak tersedianya jawaban di tengah secara tidak langsung membuat subyek harus menentukan pendapat yang lebih pasti ke arah setuju atau tidak setuju. Azwar (2002 : 139) mengatakan bahwa jawaban tengah dikategorikan sebagai jawaban tidak memutuskan, sehingga dapat menimbulkan makna ganda berupa belum memberi keputusan, sehingga nampak masih mengambang dan tidak pasti atau diartikan sebagai netral. Subjek diminta menjawab secara jujur dengan memilih jawaban yang paling sesuai dengan keadaan dirinya, dimana setiap jawaban memiliki bobot tertentu, adapun kriteria penilaian pernyataan sebagai berikut :

**Tabel 1. Kriteria penilaian berdasarkan *favourabel***

No.	<i>Favourable</i>	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber : Data primer diolah, 2018**

### **3.3.2 Metode Partial Least Square (PLS)**

Penelitian ini menggunakan metode analisis data menggunakan *software* WarpPLS 3.0 yang dijalankan dengan media komputer. SEM merupakan salah

satu jenis analisis multivariate dalam ilmu sosial. Analisis multivariate merupakan aplikasi metode statistika untuk menganalisis beberapa variable penelitian secara simultan atau serempak. (Mahfud sholihin,dkk 2013).

Ghozali (2006) dalam Kalnadi (2013) mengungkapkan bahwa PLS merupakan metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu dan berarti jumlah sampel dapat kecil atau  $< 100$ . Jogiyanoto dan Abdillah (2009) menjelaskan beberapa keunggulan-keunggulan dari PLS yaitu:

1. Model kompleks yang berarti mampu memodelkan lebih dari satu variabel (banyak) dependen dan variabel independen
2. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen
3. Walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang hasil (*output*) yang didapat tetap kokoh
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif
6. Dapat digunakan pada sampel kecil
7. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu.

Menurut Fornell yang dikutip Imam Ghozali (2006:1) kelebihan lain yang didapat dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* adalah SEM berbasis *variance* atau PLS ini memberikan kemampuan untuk melakukan analisis jalur

(*path*) dengan variabel laten. Alasan-alasan berikut yang menjadi penyebab digunakan PLS dalam suatu penelitian, pada penelitian ini alasan tersebut yaitu:

1. PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 sudah bisa dilakukan analisis.
2. PLS (*Partial Least Square*) bisa digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena PLS (*Partial Least Square*) dapat digunakan untuk prediksi.
3. Jika terdapat data yang tidak normal atau hilang hasil (*output*) tetap kokoh.
4. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu dan tidak perlu mengubah tipe skala.

Terdapat tiga kategori dalam pengestimasi parameter PLS. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan sebagai pencipta skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten serta antar variabel laten serta indikatornya (*loading*). Ketiga, berhubungan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk variabel laten dan indikatornya. PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap untuk memperoleh ketiga estimasi ini dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (Ghozali, 2006).

### 3.3.2.1 Langkah Analisis Partial Least Square (PLS)

#### 1. Merancang Model Pengukuran

Model pengukuran (*outer model*) adalah model yang menghubungkan variabel laten dengan variabel manifest, untuk variabel laten daya tarik terdiri dari 3 variabel *manifest*, daya dorong terdiri dari 4 variabel *manifest*, kemudian untuk variabel laten keputusan berkunjung terdiri dari 5 variabel manifest.

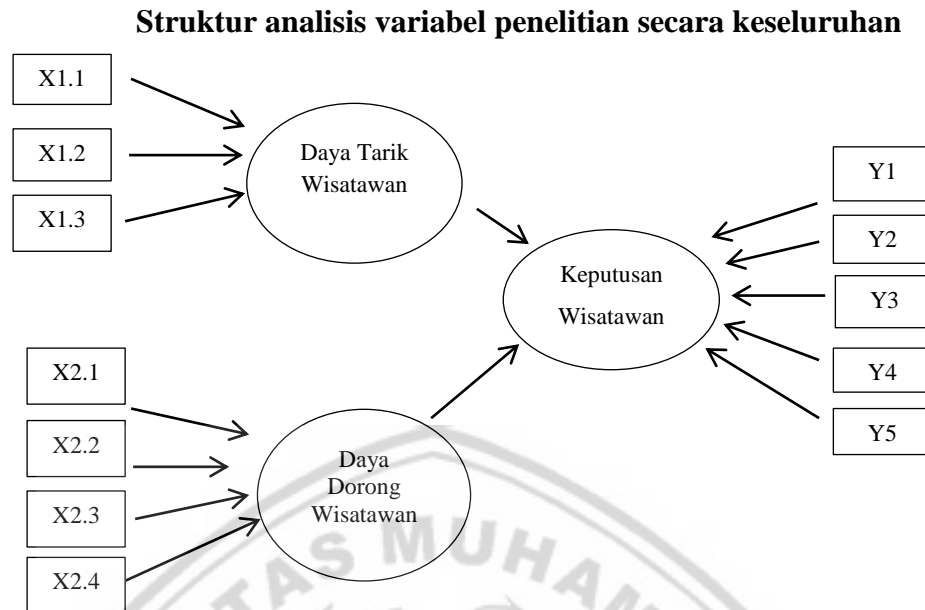
#### 2. Merancang Model Struktural

Model struktural (*inner model*) pada penelitian ini terdiri dari dua variabel laten eksogen (daya tarik wisatawan dan daya dorong wisatawan) dan satu variabel laten endogen (keputusan berkunjung).

#### 3. Membangun Diagram Jalur

Hubungan antar variabel pada sebuah diagram alur yang secara khusus dapat membantu dalam menggambarkan rangkaian hubungan sebab akibat antar konstruk dari model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama. Diagram alur menggambarkan hubungan antar konstruk dengan anak panah yang digambarkan lurus menunjukkan hubungan kausal langsung dari suatu konstruk ke konstruk lainnya. Konstruk eksogen (prediktor), dikenal juga dengan *independent variable* yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk eksogen merupakan konstruk yang dituju oleh garis dengan satu tanda panah. Secara lengkap model struktural pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah :





**Gambar 1. Struktur analisis variabel penelitian secara keseluruhan**

4. Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Uji kecocokan model pada *Structural Equation Modelin* (SEM) melalui pendekatan *Partial Least Square* (PLS) terdiri dari dua jenis, yaitu uji kecocokan model pengukuran (*Outer Model*) dan uji kecocokan model struktural (*Inner Model*).

a) Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*)

Tahap pertama dalam menganalisis dengan mengevaluasi *measurement* model untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Langkah nya sebagai berikut :

1. *Convergent Validity*

*Convergent validity* dari model pengukuran dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor kontruknya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap indikator lebih besar dari 0.7 dapat dikatakan valid, tetapi menurut Chin dalam Latan & Ghazali (2012), pada tahap awal dari

pengembangan nilai *loading factor* lebih besar ( $>$ ) dari 0.5 – 0.6 dapat dikatakan valid.

## 2. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* dilihat dari *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Konstruk laten, akan memprediksi indikatornya lebih baik daripada konstruk lainnya jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikator) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya. *Discriminant validity* juga dapat diukur dengan menggunakan cara lain, yaitu dengan melihat nilai *square foot average extracted* (AVE).

## 3. *Composite Reliability*

Pengujian selanjutnya adalah uji realibilitas kontruk yang dapat diukur dengan 2 kriteria, yaitu *composite realibility* dan *cronbach's alpha*. Jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* diatas 0,7 maka kontruks dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi.

### b) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah melakukan evaluasi model pengukuran (*outer model*), dimana *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *compositer realibility* telah memenuhi syarat, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi struktural (*inner model*) yang meliputi uji kecocokan model (*model fit*), *path coefficient*, dan  $R^2$  . Uji kecocokan model (*model fit*) harus dilakukan sebelum melakukan uji signifikansi *path coefficient* dan  $R^2$  . Uji kecocokan model ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data, pada uji kecocokan model (*model fit*) ini, terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *average path*

*coefficient* (APC), *average R – squared* (ARS), dan *average variances factor* (AVIF) dengan kriteria APC dan ARS diterima dengan syarat  $p - \text{value} < 0.1$  dan AVIF lebih kecil dari 5.

5. Estimasi, tahapan estimasi yaitu tahapan dimana tahap yang keempat diatas dihitung dan diestimasi menggunakan *software* WarpPLS 3.0.

a. Pengujian Hipotesis dan Interpretasi

Menurut Suharyadi dan Purwanto S.K (2009:112) Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan pernyataan yang wajar sehingga pernyataan diterima, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karenanya harus ditolak. Pengujian hipotesis diolah dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan program WarpPLS 3.0. Terdapat lima proses analisis dalam WarpPLS sebelum akhirnya hasil dari analisis keluar. Teknik analisis SEM dengan menggunakan WarpPLS yaitu:

1. *Open/create project file* pada tahap ini peneliti membuat proyek/halaman pekerjaan baru dan atau membuka sebuah pekerjaan yang sudah dibuat sebelumnya.
2. *Read raw data file* , WarpPLS akan membaca data mentah yang akan peneliti analisis yang telah tersimpan di komputer .
3. *Pre proces data* merupakan tahap pemrosesan awal dengan standardisasi sebelum dilakukan estimasi model SEM.

4. *Define SEM Model* tahap ini akan mendefinisikan model SEM yang terdiri dari a.) menggambar variabel laten dan mengisinya dengan indikator (*create laten variable*) b.) membuat hubungan langsung (*direct link*).
5. *Perform/view SEM analysis/results* tahap terakhir dimana peneliti dapat melihat hasil output yang telah dianalisis.

**Tabel 2. Kriteria Penilaian PLS**

<b>Kriteria Penilaian Pengukuran Reflektif</b>		
No.	Kriteria	Penjelasan
<b>Evaluasi Model Pengukuran Reflektif</b>		
1.	<i>Loading Factor (LF)</i>	Nilai <i>loading factor</i> (lf) harus > 0.7
2.	<i>Composite reliability</i>	<i>Composite reliability</i> mengukur <i>internal consistency</i> dan nilainya harus > 0.6
3.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) harus > 0.5
4.	Validitas diskriminan	Nilai akar kuadrat dari AVE harus > nilai korelasi antar variabel laten
5.	<i>Cross loading</i>	Ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap <i>blok indicator</i> memiliki nilai <i>loading</i> lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk variabel laten lainnya

**Sumber : Mustafa dan Wijaya (2012:16), Ghazali (2014:43)**

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2014:61), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang tidak dapat diukur secara langsung disebut variabel laten (variabel *unobserved*), sedangkan indikator sebagai variabel terukur disebut variabel *manifest* (variabel *observed*). Variabel laten dibedakan menjadi dua, yaitu variabel laten *eksogen* (prediktor) dan *endogen* (kriterion) . Variabel laten

*eksogen* (X) adalah variabel laten yang tidak dipengaruhi oleh variabel laten lainnya di dalam model, sedangkan variabel laten *endogen* (Y) adalah variabel laten yang dipengaruhi oleh variabel laten lainnya. Variabel laten *eksogen* dapat mempengaruhi variabel laten *endogen* secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini yang menjadi variabel eksogen adalah variabel daya dorong wisatawan (X1) dan daya tarik wisatawan (X2) dan variabel endogen adalah variabel keputusan berkunjung (Y) ke Agrowisata Kampung Coklat Blitar . Operasional variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Tabel 3. Operasional Variabel Faktor Dorong**

Variabel / Sub Variabel	Konsep Indikator	Indikator	Ukuran	No. Item
Faktor Pendorong (X1)	Faktor yang digunakan untuk menjelaskan keinginan atau alasan wisatawan untuk pergi berwisata yang berkaitan dengan motif, kebutuhan dan kepentingan wisatawan. (Alghamdi 2007:46)			
<i>Escape</i>	Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan. (Ryan dalam I Gede Pitana 2005:67-68)	Melepaskan diri dari rasa jenuh	1. Keinginan mengisi waktu luang untuk berwisata 2. Tingkat kejenuhan terhadap lingkungan 3. Keinginan melepaskan kejenuhan dari rutinitas	X <sub>1.1</sub> X <sub>1.2</sub> X <sub>1.3</sub>
<i>Relaxation</i>	Keinginan untuk menyegarkan diri secara mental dan fisik. (Alghamdi 2007:46)	Kesegaran Mental dan Fisik	1. Tingkat kebahagiaan ketika berwisata 2. Tingkat seseorang menikmati perjalanan wisatanya 3. Tingkat kondisi fisik saat melakukan perjalanan wisata	X <sub>1.4</sub> X <sub>1.5</sub> X <sub>1.6</sub>
<i>Strengthenig family bonds</i>	Keinginan untuk mempererat hubungan kekeluargaan (Ryan dalam I Gede Pitana 2005:67-68)	Interaksi Sosial	1. Tingkat kebiasaan berlibur bersama keluarga 2. Tingkat hubungan keluarga ketika berwisata bersama	X <sub>1.7</sub> X <sub>1.8</sub>
<i>Knowladge</i> (X <sub>1.5</sub> )	Keinginan untuk mempelajari sesuatu yang baru seperti orang, daerah dan budaya. (Ryan dalam I Gede Pitana 2005:67-68)	Menambah wawasan dan rasa ingin tahu	1. Rasa ingin tahu terhadap sejarah Kampung Coklat 2. Rasa ingin tahu terhadap proses coklat di Kampung Coklat	X <sub>1.9</sub> X <sub>1.10</sub>

**Sumber : Data Primer, diolah 2018**

**Tabel 4. Definisi Operasional Variabel Faktor Penarik**

Variabel / Sub Variabel	Konsep Indikator	Indikator	Ukuran	No. Item
Faktor Penarik (X2)	faktor penarik didefinisikan sebagai sesuatu kekuatan yang dapat membantu untuk merangsang sebuah produk wisata dengan menarik konsumen kepada suatu destinasi tertentu. Giva Pavule (2006:27).			
Aksesibilitas	Sarana dan infrastrktur yang baik, seperti transportasi, telepon umum, ketertiban jalan raya dan trotoar	Sarana angkutan, kondisi jalan dan infrastruktur menuju Kampung Coklat	1. Insfrastruktur Menuju Kampung Coklat	X <sub>2.1</sub>
			2. Kemudahan akses menuju Kampung Coklat	X <sub>2.2</sub>
Atraksi	Kemampuan suatu destinasi untuk menarik konsumen bergantung oleh beberapa faktor, seperti kualitas, kuantitas, keanekaragaman, keunikan dari suatu atraksi atau hiburan. Giva Pavule (2006:27)	Kualitas tempat wisata	1. Tingkat kebersihan kampung coklat	X <sub>2.3</sub>
			2. Beragamnya fasilitas hiburan	X <sub>2.4</sub>
			3. Banyaknya tempat rindang dan teduh untuk wisatawan bersantai	X <sub>2.5</sub>
Jasa / Servis	Kesuksesan suatu produk pariwisata seringkali bergantung pada ketersediaan atas fasilitas-fasilitas jasa, seperti akomodasi, makanan dan minuman, <i>travel agency</i> , Souvenir, iklan mediamasa dan lain-lain.	Ketersediaan atas fasilitas-fasilitas jasa, seperti akomodasi, makanan dan minuman, <i>travel agency</i> , Souvenir, iklan mediamasa dan lain-lain.	1. Kelengkapan fasilitas umum di Kampung Coklat	X <sub>2.6</sub>
			2. Keberagaman makanan dari olahan coklat	X <sub>2.7</sub>
			3. Keamanan tempat parkir	X <sub>2.8</sub>
			4. Tersedianya galeri <i>shop</i> bagi wisatawan	X <sub>2.9</sub>
			5. Pelayanan pegawai di Kampung Coklat	X <sub>2.10</sub>
			6. Tingkat iklan yang memuat Kampung Coklat	X <sub>2.11</sub>

Sumber : Data Primer, diolah 2018

**Tabel 5, Definisi Operasional Variabel Keputusan Wisatawan**

Variabel / Sub Variabel	Konsep Indikator	Ukuran	No. Item
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan berkunjung wisatawan terhadap suatu objek wisata pada dasarnya sangat berkaitan dengan perilaku konsumen. Menurut Mangkunegara (2003) Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber sumber lainnya		
Pengenalan Masalah	untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan.	1. Kebutuhan akan jasa wisata dari Kampung Coklat	Y1
Pencarian Informasi	aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan dan perolehan informasi dari lingkungan.	1. Informasi yang diperoleh tentang Kampung Coklat	Y2
Evaluasi Alternatif	Proses suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen	1. Keyakinan wisatawan terhadap keunggulan Kampung Coklat	Y3
Keputusan Pembelian	Proses dalam pembelian yang nyata. Setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak	1. Kemantapan wisatawan	Y4
		2. Tingkat kecocokan terhadap kebutuhan yang diinginkan	Y5
Perilaku Pasca Pembelian	Konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya.	1. Kepuasan terhadap kunjungan ke Kampung Coklat	Y6
		2. Keinginan wisatawan merekomendasikan ke orang lain	Y7

**Sumber : Data primer diolah, 2018**